

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Dalam Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dimulai sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan sebutan *stakeholder theory*. Sebutan ini mempunyai arti sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Stakeholder theory menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberi manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier pemerintah, masyarakat, analisis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adam (1994:53) dalam Chariri mengatakan bahwa :

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerfull stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan social dianggap sebagai bagian dari dialog diantara perusahaan dengan *stakeholdernya*.”

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana (*stakeholder*) perusahaan bertanggung jawab (Freedman, 1988). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan, dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Dalam Fahrizqi (2010) menjelaskan bahwa salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan menjadikan perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai ketertarikan atau klaim terhadap perusahaan (Kusumadilaga:2010).

2.1.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai social, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007). *Gray et al* (1995) dalam Setyaningrum (2011) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Hal ini dikarenakan pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat. Teori legitimasi memfokuskan kepada interaksi antara perusahaan dan masyarakat.

Beberapa studi tentang Pengungkapan Sosial Lingkungan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis dalam menjelaskan praktik PSL Dowling dan Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Mereka mengatakan dalam Chariri (2007):

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

2.1.3 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambil keputusan kepada agent tersebut (Hendriksen dan Michael, 2000 dalam Permanasari, 2010). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bertindak atas kepentingan *principal* yang diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka dalam perusahaan, sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dengan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut (Fahrizqi, 2010).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) di dalam hubungan keagenan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*countracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya untuk memberikan informasi sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi sosial. Jadi, pengungkapan informasi sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis serta berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan.

Berdasarkan teori agensi, perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(salah satunya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak *principal*, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan (Putra, 2010).

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial dijadikan sebagai sebuah gagasan menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Oleh sebab itu, kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara *sustainable* (Machmud, 2008). Defenisi tanggung jawab sosial sangatlah beragam, tergantung pada visi dan misi perusahaan. Berikut adalah beberapa defenisi tanggung jawab sosial:

- a) Melakukan tindakan sosial (termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan undang-undang Chambers dalam Iriantara, 2004).
- b) Komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Budimanta, et al. 2004)
- c) Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (*local*) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan

kualitas hidup (*The World Business Council For Sustainable Development*). (Rahman, 2009).

Klasifikasi konseptual tanggung jawab sosial perusahaan dikemukakan oleh Carrol, Wattrick dan Cohan dalam Setyaningrum(2011) dengan memeberikan karakteristik tanggung jawab perusahaan yang didasarkan pada 4 (empat) tipe perusahaan yaitu :

Tipe perusahaan Reaktif (*Reactive*) dengan karakteristik :

- a. Tidak adanya dukungan dari manajemen
- b. Manajemen merasa entitas sosial itu tidak penting
- c. Tidak adanya laporan tentang lingkungan sosial perusahaan
- d. Tidak adanya dukungan pelatihan tentang entitas sosial kepada karyawan

Tipe Perusahaan Defensif (*Defensive*) dengan karakteristik :

- a. Isu lingkungan sosial hanya diperhatikan jika dipandang perlu
- b. Sikap perusahaan tergantung pada kebijakan pemerintah tentang dampak lingkungan sosial yang harus dilaporkan
- c. Sebagian kecil karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan soisal perusahaan

Tipe Perusahaan Akomodatif (*Acomoddative*) dengan karakteristik :

- a. Terdapatnya beberapa kebijakan Top Manajemen tentang lingkungan sosial
- b. Kegiatan akuntansi sosial dilaporkan secara internal dan sebagian kecil secara eksternal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- c. Terdapat beberapa karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan sosial perusahaan.

Tipe Perusahaan Proaktif (*Proactive*) dengan karakteristik :

- Manajemen mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan sosial perusahaan
- Kegiatan akuntansi sosial dilaporkan secara internal maupun eksternal perusahaan
- Karyawan memperoleh pelatihan berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan sosial perusahaan.

2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*)

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang *accountable* serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Darwin (2004) dalam Rawi (2010) mendefenisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial terhadap operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

Menurut Gray, et al (1987) dalam Murwaningsari (2007), ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) mencakup tiga hal, yaitu:

1. *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan. Contohnya kewajiban membayar pajak, mentaati hukum, dan memenuhi standar pekerjaan
2. *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholders*.
3. *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), yang tertuang dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2012) paragraf 15, yang menyatakan bahwa :

“Perusahaan dapat pula menyajikan lapaoran tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industry dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industry yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

2.1.6 Profitabilitas

Sedangkan, pengungkapan CSR merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen et al, 1987). Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan Return on Asset, hal ini dilakukan dalam penelitian Hackston dan Milne (1996); Cowen et. al., (1987). Dalam penelitian ini digunakan rumus ROA untuk mengukur profitabilitas.

$$\text{Profitabilitas (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2.1.7 Leverage

Leverage atau hutang perusahaan. Hutang merupakan salah satu komponen penting dalam struktur modal perusahaan yang merupakan salah satu sumber pendanaan. Kasmir (2012) mengatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. Syamsuddin (2009) *leverage* merupakan rasio yang dapat menunjukkan hubungan pinjaman jangka panjang yang diberikan oleh kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan.

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksud membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan obligasi (Jansen dan Meckling, 1976) dalam Ibrahim,Dandes dan Yunilma (2014). Menurut Belkoui dan Karpik (1989) dalam Untari (2010), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendapatan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari pada *debtholders*.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa ddepan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Supaya laba yang dilaporkan lebih tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Dalam penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (Fibrianti dan Wisada, 2015) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Leverage (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.1.8 Umur perusahaan

Ibrahim Dkk (2014) mengemukakan bahwa Umur Perusahaan yaitu lama perusahaan itu berdiri. Umur perusahaan dihitung sejak perusahaan berdiri hingga perusahaan tersebut dijadikan sampel dalam penelitian . Semakin lama perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dengan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian (Istanti, 2009). Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat *survive*. Semakin panjang umur perusahaan akan memberikan pengungkapan informasi keuangan yang lebih luas dibanding perusahaan lain yang umurnya lebih pendek dengan alasan perusahaan tersebut memiliki pengalaman lebih dalam pengungkapan laporan tahunan (Wallace, *et al* dalam Istanti 2009).

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan dapat bertahan dan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. Sehingga dapat menunjukkan kemampuan dalam keunggulan berkompetisi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Umur perusahaan di proksikan dengan masa listing atau penawaran saham perdana (*first issue*) pada bursa efek (Pramudyo dan Anis, 2004). Umur perusahaan pada penelitian ini diukur berdasarkan selisih antara tahun 2013 dengan tahun *first issue* di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan rumus:

$$\text{Umur perusahaan} = 2013 - (\text{tahun } \textit{first issue} \text{ di BEI})$$

2.1.9 Ukuran perusahaan (Size)

Brigham dan Houston (2005) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya perusahaan tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne, 2011)

Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar memperoleh lebih banyak laba (Sawir, 2004).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar kekayaan (*assets*) yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut keputusan BAPEPAM No. 9 Tahun 1995, definisi perusahaan menengah/kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang : (1) memiliki jumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp. 20 M, (2) bukan merupakan afiliasi atau dikendalikan oleh suatu perusahaan menengah/kecil, (3) bukan merupakan reksa dana. Adapun usaha menengah/besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha kecil (Dewi, 2010).

Seberapa besar ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, kapitalisasi pasar, dan tenaga kerja. Semakin besar total aktiva, penjualan, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Ketiganya dapat digunakan dalam menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian akan ditransformasikan dalam logaritma natural dengan tujuan agar data total aset dapat terdistribusi dengan normal. (Oktariani dan Mimba, 2014) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log Natural Total Aset}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.1.10 Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*)

Definisi *growth* menurut Kasmir (2012:107) adalah sebagai berikut “ Rasio pertumbuhan (*growth ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Menurut Lucynda dan Siagian (2012), pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka sesuai harapan para *stakeholder*, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan.

Brigham dan Houston (2001), mendefinisikan pertumbuhan sebagai perubahan aset tahunan dari total aktiva. Hal ini dapat dibuktikan melalui perusahaan yang tumbuh dapat dilihat dari peningkatan aktiva untuk memperbesar ukuran perusahaan. Konsep ini didasarkan pada argumentasi. Pertama, pertumbuhan aktiva berbeda dengan pertumbuhan penjualan yang setiap usaha yang dilakukan secara langsung membawa implikasi pada penerimaan. Pertumbuhan aktiva mencerminkan waktu yang lebih panjang dari pertumbuhan penjualan. Kedua, investasi pada aktiva membutuhkan waktu sebelum dioperasikan, sehingga aktifitas yang dilakukan tidak terkait dengan penerimaan).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Jenis-Jenis Growth

1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

2. Pertumbuhan Laba Bersih

Pertumbuhan laba bersih menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan bersih dibandingkan dengan total keuntungan secara keseluruhan.

3. Pertumbuhan pendapatan per saham

Pertumbuhan pendapatan per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh laba per lembar saham dibandingkan dengan total laba per saham secara keseluruhan.

4. Pertumbuhan dividen per saham

Pertumbuhan dividen per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan total dividen per saham secara keseluruhan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

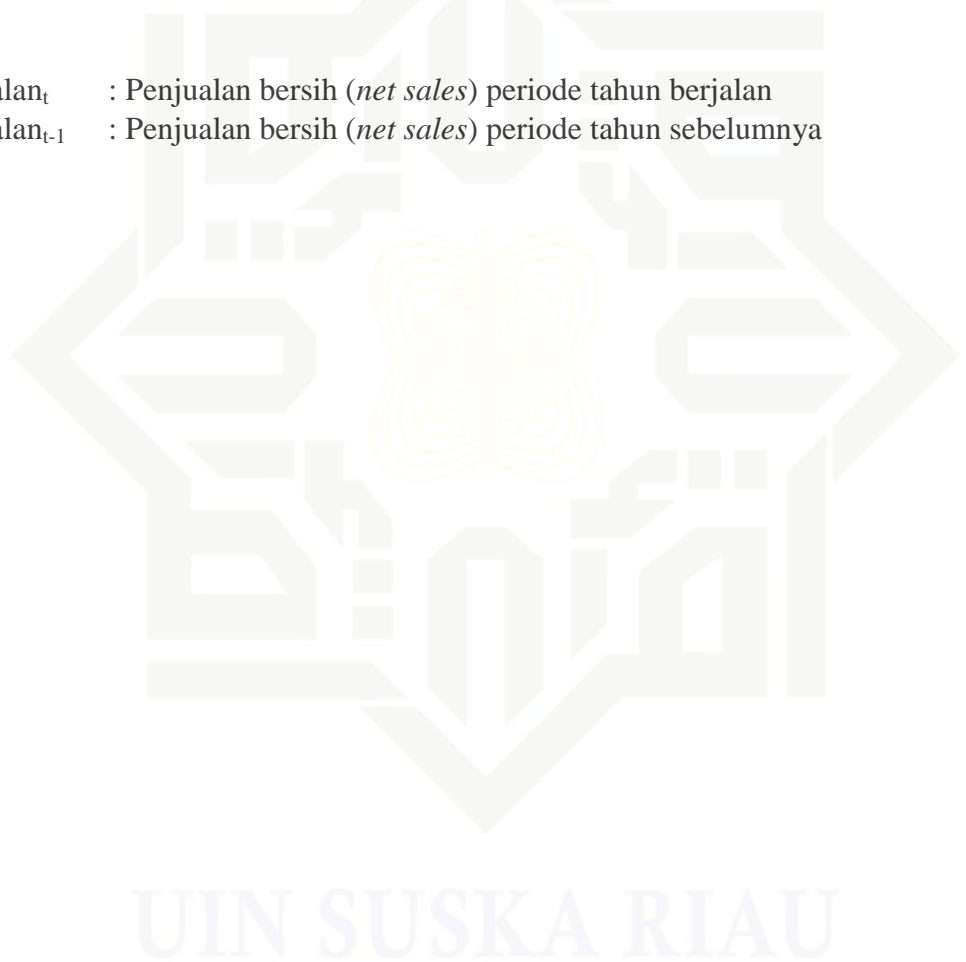
Pengukuran variabel pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode rasio pertumbuhan penjualan.

Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah :

$$Growth = \frac{Penjualan_t - Penjualan_{t-1}}{Penjualan_{t-1}}$$

Keterangan:

- $Penjualan_t$: Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun berjalan
- $Penjualan_{t-1}$: Penjualan bersih (*net sales*) periode tahun sebelumnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.1.11 Corporate Social Responsibility dalam Pandangan Islam

Dalam Islam nilai-nilai sosial dimasyarakat sangatlah penting. Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian kepada sesama manusia. Dalam konteks ini maka CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab atas etis secara Islami. Hal ini dijelaskan QS. Al. Baqarah 177 dan tolong menolong dalam islam jugalah sangat penting, dalam Al. Qur'an Surah Al. Maidah ayat 2 dijelaskan bahwa umat islam harus saling tolong menolong.

Surat Al. Baqarah ayat 177 beserta Artinya [QS. Al. Baqarah Ayat 177]

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى
الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ
السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ
وَالضَّرَاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya: Bukankah menghadapkan wajahmu ke arah timur Dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah SWT, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa. (QS. Al.baqarah 177).

Surat Al Maidah ayat 2 beserta Artinya [QS. Al-Ma'idah: Ayat 2]

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعْتِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا
وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا
عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban), dan Qalaid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya. [QS. Al-Ma'idah: Ayat 2]

UIN SUSKA RIAU

2.2

Meita dan Nur (2012) meneliti luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel dependen berupa CSR dengan variabel independen berupa profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan kepemilikan publik. Dimana variabel profitabilitas ditemukan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel ukuran perusahaan, leverage dan kepemilikan public tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ibrahim, Dandes Rifa dan Yunilma (2015) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, umur perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan perbankan yang listing di BEI tahun 2011-2013. Hasil penelitiannya adalah profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sementara itu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel *leverage*, umur perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Esti dan Maswar (2016) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasilnya variabel profitabilitas memiliki pengaruh tidak signifikan. Sedangkan variabel *leverage* dan ukuran perusahaan sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan.

I Gusti Ayu dan Ni Putu (2017) melakukan penelitian yang berjudul pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan kapitalisasi pasar. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. sedangkan kapitalisasi pasar berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
1	<ul style="list-style-type: none"> - Penulis: Sembiring -Sampel: Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta - Analisis: Regresi Linear Berganda - Sumber: Universitas Katolik 	Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Kasus pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek	Bahwa ukuran perusahaan, profile dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.	- Variabel Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas	<ul style="list-style-type: none"> -Tahun Penelitian -Objek Penelitian -Variabel profile dan dewan komisaris - Penambahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	St. Thomas Sumatera Utara. 2005	Jakarta)			variabel leverage, umur perusahaan dan pertumbuhan perusahaan
2.	<p>-Penulis: Meita Wahyu dan Nur Fadrijih</p> <p>- Sampel: Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI</p> <p>- Analisis: Regresi Linear Berganda</p> <p>- Sumber: Jurnal AKUNTANSI Vol 4. No 6 (2015). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. 2015</p>	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Kepemilikan Publik terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR)	Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh terhadap CSR	- Variabel Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan	<p>- Tahun Penelitian</p> <p>- Objek Penelitian</p> <p>- Variabel Kepemilikan Publik</p> <p>- Penambahan variabel, umur perusahaan dan pertumbuhan perusahaan</p>
3.	<p>-Penulis: Ibrahim, Dandes Rifa, Yunilma</p> <p>- Sampel: Perusahaan Perbankan yang Listing Di BEI tahun 2011-2013</p> <p>- Analisis: Regresi Linear Berganda</p> <p>- Sumber: Accounting Departement, Economic Faculty,</p>	Pengaruh Profitabilitas, <i>leverage</i> , Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi empiris pada : Perusahaan Perbankan	Hasil variabel Leverage, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh	- Variabel Profitabilitas, leverage, umur perusahaan dan ukuran perusahaan	<p>- Tahun Penelitian</p> <p>- Objek Penelitian</p> <p>Penambahan Variabel Pertumbuhan perusahaan</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Bung Hatta University. 2015	yang Listing Di BEI tahun 2011-2013	terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan		
4.	<p>-Penulis: Esti Rofiqkoh dan Maswar Patuh</p> <p>- Sampel: Perusahaan Manufaktur yang tercatat di BEI periode 2012-2014</p> <p>-Analisis: Regresi Linear Berganda</p> <p>-Sumber: Jurnal Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. 2016</p>	Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan	Variabel profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan beerpeengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan	- Variabel profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan	<p>- Tahun Penelitian</p> <p>- Objek Penelitian</p> <p>- Penambahan variabel pertumbuhan perusahaan</p>
5.	<p>-Penulis: I gusti Ayu Laaksmi dan Ni Putu Sri Harta</p> <p>- Sampel: Perusahaan makanan dan minuman Yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015</p> <p>-Analisis: Regresi Linear berganda</p> <p>Sumber: E-Journal Akuntansi Universitas Udayana tahun 2017</p>	Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan kapitalisasi pasar pada tingkat pengungkapan CSR	Variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR	- Variabel Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan	<p>- Tahun Penelitian</p> <p>- objek Penelitian</p> <p>- Variabel Kapitalisasi pasar</p> <p>- Penambahan variabel pertumbuhan perusahaan</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2.3 Hipotesis dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Septiana, 2014:19). Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Hackston dan Milne (1996) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan.

Berbeda dengan pengungkapan Heinze, (1976) dalam Hackston dan Milne, (1996) dalam Fahrizqi (2010) yang menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keuangan tersebut. Sebaliknya, ketika tingkat profitabilitas rendah perusahaan akan berharap pengguna laporan keuangan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Hackston & Milne, 1996 dalam Anggriani 2006). Jadi ketika suatu perusahaan mendapatkan profit yang tinggi dalam satu periode perusahaan akan mengurangi pengungkapan sosialnya kemudian ketika perusahaan mendapatkan profit yang rendah perusahaan justru akan mengungkapkan kinerja sosial yang tinggi. Bertentangan dengan penelitian Sembiring (2005) dan Sari (2012) dengan variabel yang sama yaitu profitabilitas dengan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dibiyanoro (2011), menyatakan bahwa pengungkapan digunakan oleh para manajer perusahaan kepada para investor dan untuk membantu mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen. Profitabilitas tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan dengan laba yang tinggi perusahaan memiliki cukup dana untuk mengumpulkan, mengelompokkan, dan mengolah informasi menjadi lebih bermanfaat serta dapat menyajikan pengungkapan yang lebih komprehensif. Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi kelengkapan pengungkapan laporan tahunan. Hal ini berhasil dibuktikan pada penelitian Roberts (1992), Gray et al. (dalam Sembiring, 2005), dan Kouthy (dalam Nurkhin, 2009) yang menyatakan bahwa profitabilitas sangat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpengaruh terhadap pengungkapan pelaksanaan CSR. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 :Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan / *corporate social responsibility disclosure*

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Leverage merupakan proporsi total kewajiban terhadap total ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Selain itu, *leverage* juga merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Menurut Belkaoui dan Karprik (1989) keputusan untuk pengungkapan informasi sosial akan meningkatkan pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan.

Sesuai dengan *signaling theory* yaitu, manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil menunjukkan *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil menunjukkan *leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Rindawati dan Nur (2015) di dalam penelitiannya menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan. Hal ini karena tingkat hutang perusahaan terhadap ekuitas yang dimiliki tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Lain hal nya dengan penelitian Amalia (2005) yang menemukan bahwa leverage yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Nilai komposisi leverage yang tinggi memperlihatkan hutang dan kewajiban yang tinggi, sehingga mendorong penurunan pengungkapan informasi sosial yang dipublikasikan.

Dalam penelitian Esti dan Maswar (2016) dan juga Sembiring (2005) yang juga meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, memiliki salah satu variabel yang sama yaitu *leverage*. Di dalam penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility disclosure*).

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan / *corporate social responsibility disclosure*.

2.3.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ibrahim Dkk (2014) mengemukakan bahwa Umur Perusahaan yaitu lama perusahaan itu berdiri. Umur perusahaan dihitung sejak perusahaan berdiri hingga perusahaan tersebut dijadikan sampel dalam penelitian . Semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka kemungkinan perusahaan untuk mengembalikan investasi akan semakin besar karena sudah berpengalaman.

- Tujuan utama perusahaan menerbitkan laporan pertanggungjawaban atas kinerja sosial adalah untuk memberikan *feedback* kepada stakeholdernya. Dengan pemberian sosial kepada stakeholder setiap tahun dan berkelanjutan, diharapkan semakin lama perusahaan berdiri maka mengetahui apa yang diinginkan oleh stakeholdernya. Menurut penelitian Sembiring (2005) dan Suropto (1999) dalam

Latifah, et al. (2011), mereka menemukan adanya korelasi antara umur perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Santioso dan Devona (2012) didalam penelitiannya menemukan bahwa umur perusahaan secara statistik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka perusahaan akan semakin mengungkapkan informasi sosial sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Susanto (1992) dalam Utami (2011) menemukan bahwa umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan yang positif dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan.

H3 : Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan / *corporate social responsibility disclosure*.

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Belkaoui, (1989) dalam Hackston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa ada beberapa penelitian empiris telah banyak menyediakan bukti mengenai hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan. Perusahaan besar merupakan bagian dari pengurangan biaya tekanan politis sebagai wujud tanggung jawab sosial entitas.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada dasarnya ukuran

Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Purwaningsih, 2015).

Oktafia (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukanlah variabel yang akan mempengaruhi peningkatan pengungkapan pertanggungjawaban sosial, kondisi tersebut disebabkan karna program corporate

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- social responsibility dilaksanakan secara sukarela akan tetapi kewajiban bagi perusahaan high profile sehingga ukuran tentu bukan menjadi penghalang bagi perusahaan untuk melaksanakan program corporate social reosposibility.

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan / *corporate social responsibility disclosure*.

Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kinerja keuangan perusahaan. Rasio pertumbuhan perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan dalam kegiatan perekonomian (Sofyaningsih dan Hardiningsih 2011). Menurut Lucyanda dan Siagian (2012), pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran kekuatan perusahaan untuk bertahan hidup. Dengan terjaminnya kegiatan ekonomi perusahaan maka sesuai harapan para stakeholder, perusahaan akan meningkatkan perhatian terhadap aktivitas sosial lingkungannya. Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan Corporate Social Responsibility Disclosure.

Perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih terkait dengan aktivitas serta kebijakan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan. Hal tersebut berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga perusahaan terlihat lebih unggul dan mampu menghadapi persaingan sehingga memperoleh respon positif dari publik dan para pemangku kepentingan.

Ekowati (2014), Nurjanah (2015) dan Indraswari dan Ni (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh pada tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang tinggi tingkat pertumbuhannya cenderung lebih memilih menggunakan biaya-biaya untuk kegiatan produksi sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dibandingkan menggunakan untuk kegiatan yang terkait dengan aktivitas sosial.

Berbeda dengan penelitian Sari (2012), Siregar (2010) dan Amelia (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang terus bertumbuh dapat

menunjukkan bagaimana peningkatan kinerja ekonomi perusahaan yang diimbangi dengan peningkatan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Untuk memenuhi harapan para *stakeholder*, bagi perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung melakukan pengungkapan informasi sosial yang lebih.

H5 : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan / *corporate social responsibility disclosure*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4 Model Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut :

